

2022

salzkammergut

JAHRES BERICHT

01. JÄNNER – 31. DEZEMBER 2022

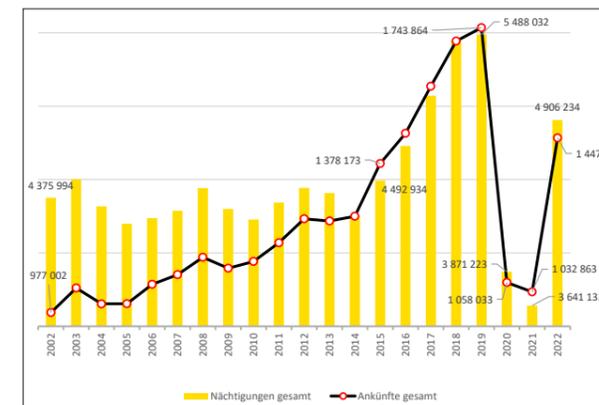
ATTERSEE-ATTERGAU • AUSSEERLAND SALZKAMMERGUT • BAD ISCHL • DACHSTEIN SALZKAMMERGUT
FUSCHLSEEREGION • MONDSEE-IRRSEE • TRAUNSEE-ALMTAL • WOLFGANGSEE



Vorwort

Das Tourismusjahr 2022 konnte sich endlich von den allermeisten COVID-Fesseln befreien und die Menschen nutzen dies auch gleich für Urlaubsreisen aus. Auch – oder gerade – das Salzkammergut hat davon profitiert. Im Vergleich zum Vorjahr konnten sowohl Übernachtungen als auch Ankünfte um jeweils mehrere 100 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden. Zu den Übernachtungszahlen des Rekordjahres 2019 fehlen letztendlich nur ca. 10 %.

Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungszahlen im Salzkammergut von 2002 bis 2022



Quelle: Statistik Austria

Die Reiselust der Menschen ist im Allgemeinen weiterhin ungebrochen bzw. die Menschen wollen ihre verlorenen Urlaube aufgrund der COVID-Pandemie nachholen. Und auch die touristischen Organisationen haben mit einer Vielzahl von kooperativen (Neu-)Projekten auf den Märkten versucht, Gäste für das Salzkammergut zu gewinnen, was in vielen Fällen auch gelungen ist (siehe Statistiken). Die ARGE Tschechien, ein Zusammenschluss von touristischen Organisationen aus dem Salzkammergut, aber auch aus anderen oberösterreichischen Regionen, mit Oberösterreich Tourismus hat im dritten Jahr ihres Bestehens ihren Marketingauftritt vertieft. Neu hinzugekommen ist die ARGE Niederlande mit einem ähnlichen Aufbau wie jenem für Tschechien. Bereits im ersten Jahr ihres Bestehens konnte eine Vielzahl von Marketingaktivitäten gesetzt werden.

Die klassischen Themen-ARGE's wie Trail (Wandern), eTrail (Biken) oder Advent konnten weiterentwickelt werden. Speziell die Bereiche Wandern und Biken waren im letzten Jahr davon geprägt, die umfangreichen Beschilderungen zu verfeinern. Aufgrund der Materialknappheit sind die Kosten für die Anschaffung von Aluschildern deutlich gestiegen. Aus diesem Grund wird die STMG im heurigen Jahr einen Pilotversuch beginnen, die Wanderschilder selbst zu produzieren. Als Basis dazu dient die Datenbank Contwise, in der sämtliche Schilder verwaltet werden.

Neue Schilder werden im System erstellt und sollen künftig auf einem Plotter als Folien ausgedruckt werden. Auf vorgefertigten Platten werden diese Folien aufgeklebt. Somit sollten sowohl die Kosten, als auch der zeitliche Aufwand deutlich reduziert werden. Der Pilotversuch dazu soll noch im heurigen Jahr starten.

Die einheitliche Beschilderung des eTrails im Salzkammergut hat auch positive Auswirkungen auf ganz Oberösterreich. Denn das Beschilderungssystem wird sukzessiv im gesamten Bundesland übernommen. Um die schwächere Frühjahrssaison zu stärken, wurde erstmalig der Programmpunkt „Salzkammergut radelt“ umgesetzt. In der Zeit vom 13. – 22. Mai 2022 wurden sämtliche Bikeaktivitäten im Salzkammergut zusammengefasst und einheitlich vermarktet. Der Veranstaltungshöhepunkt dabei war sicherlich der „autofreie Radtag rund um den Attersee“ der laut Medienberichten an die 50.000 Biker an den Attersee brachte.

Ein großangelegtes Förderprojekt des Landes Oberösterreich unter dem Titel „Sommerfrische reloaded“ in der Zeit vom 1. Jänner 2020 bis 30. Juni 2022, konnte erfolgreich abgewickelt werden.

Auch die digitale Weiterentwicklung wird selbstverständlich vorangetrieben (digital first). Ein Plus von 17 % bei den Sitzungen auf der Salzkammergut-Homepage salzkammergut.at zeigt das deutlich. Aber auch die Zuwächse auf den Social-Media-Kanälen – auf

Facebook von 61.197 auf 63.309 Follower und auf Instagram von 18.171 auf 21.824 Follower - bestärken uns in dieser Strategie.

Das neue Jahr wird der Destination Salzkammergut einiges an Veränderung bringen und es dient auch als „Vorbereitungs- oder Übergangsjahr“ zu einem „Super-Kulturjahr 2024“. In Oberösterreich wird im heurigen Jahr ein neues Tourismusgesetz ausgearbeitet, das im Herbst im Oberösterreichischen Landtag beschlossen und im Jahr 2024 in Kraft treten wird. Parallel dazu entsteht eine neue oberösterreichische Landestourismusstrategie im Auftrag des Landes Oberösterreich und der Wirtschaftskammer Oberösterreich.

Die inhaltliche Diskussion dazu ist in vollem Gange und beides wird auch direkte Auswirkungen auf das touristische Salzkammergut haben. Eine Auswirkung daraus wird sicherlich sein, dass die Ausrichtung und das Markenbild des Salzkammerguts adaptiert werden müssen.

Auch wenn zu beiden Oberösterreich-Vorhaben (Tourismusgesetz und Landestourismusstrategie) zum jetzigen Zeitpunkt die inhaltlichen Diskussionen noch im Gange sind und noch keine konkreten Ergebnisse vorliegen, werden wir im Salzkammergut bereits erste neue Schritte setzen. Dazu wurden in einem Workshop mit den Eigentümern sogenannte Kompetenzzentren definiert. Kompetenzzentren sind wie Abteilungen in einer Firma konzipiert und sollen die Zusammenarbeit der regionalen Tourismusorganisationen untereinander, sowie mit der STMG neu definieren. Damit sollen personelle, zeitliche und finanzielle Ressourcen gebündelt und diese effizienter genutzt werden.

Solche Kompetenzzentren werden zum Beispiel zu den Themen Advent, Wandern, Salzkammergut Card, zentrale Ticketingplattform, einheitliches Buchungssystem, usw. geschaffen. Details dazu werden im heurigen Jahr ausgearbeitet und mit der Oberösterreichischen Landestourismusstrategie und dem neuen Tourismusgesetz abgeglichen.

Im neuen Jahr wird auch ein neues Marketingprojekt lanciert, um die schwächere Frühjahrssaison zu stärken bzw. den Auftakt für die neue Tourismussaison zu

beginnen. Dabei handelt es sich um das Projekt „Salz in der Suppe“, einem Genussfrühlingsprojekt aller 8 Tourismusregionen und der STMG vom 28. April – 28. Mai 2023. Mit jetzigem Stand werden sich über 100 Gastrobetriebe daran beteiligen und in diesem Zeitraum den Gästen spezielle Speisen und Getränke zum Themenkomplex „Salz, Wasser, Fisch“ anbieten.

Die Tourismusorganisationen wiederum werden dazu entsprechende Events organisieren und die STMG übernimmt die Vermarktung. Detailinformationen dazu sind unter salzindersuppe.at zu finden. Das Projekt wird vom Land Oberösterreich großzügig unterstützt.

Für ein außergewöhnliches Kulturjahr 2024 werden im „Übergangsjahr“ 2023 drei ganz besondere kulturelle Ereignisse dafür sorgen, dass speziell in den nächstigungsschwächeren Monaten, sehr viele zusätzliche Tages- und Übernachtungsgäste in das Salzkammergut kommen. Einerseits wird die Hostcity Bad Ischl mit weiteren 22 Salzkammergut-Gemeinden, die Kulturhauptstadt 2024 ausrichten. Und andererseits werden das europäische Schützentreffen am Mondsee und die Feiern zum 1.100 Jahre Jubiläum des Heiligen St. Wolfgang für zusätzliche Gäste im gesamten Salzkammergut sorgen.

Neben den klassischen Salzkammergut-Gästen werden diese Events weitere, neue und somit zusätzliche Gästesichten ansprechen und somit zu einer deutlich besseren Auslastung von vielen Betrieben führen. Gleichzeitig werden gerade die touristischen Betriebe gefordert sein, entsprechende Dienstleistungsqualitäten anzubieten, was in Ermangelung von fehlenden Mitarbeitern eine zusätzliche Herausforderung darstellen wird. Vielleicht können sich ja Gastro-Betriebe im selben Ort auf akkordierte Öffnungs- und Schließtage einigen, um eine durchgehende gastronomische Betreuung zu garantieren.

2023 wird auf jeden Fall für alle touristischen Beteiligten ein herausforderndes Jahr, aber mit einer kooperativen Herangehensweise auf allen Ebenen steht einem erfolgreichen Jahr nichts im Wege. Die Bundesländer Oberösterreich und Salzburg unterstützen dabei das Salzkammergut ganz besonders, auch finanziell.

Ein ganz besonderer Dank gilt natürlich allen professionellen touristischen Betrieben, die das „Herzstück“ des touristischen Salzkammerguts darstellen, sowie der Bevölkerung, die die wirtschaftliche Notwendigkeit des Tourismus in der Region nicht infrage stellt. Und im nächsten Geschäftsbericht der STMG kann ich dann auch von einem „überraschenden“ und einmaligen Marketingprojekt berichten, das gemeinsam mit den „Salzkammergut“-Landestourismus-Organisationen von Oberösterreich, Salzburg und der Steiermark für das Salzkammergut gerade erarbeitet und umgesetzt wird.



Karlheinz Eder
Vorsitzender Aufsichtsrat STMG



Mag. Michael Spechtenhauser
Geschäftsführer STMG

Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH

Bad Ischl, Februar 2022

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3

1 Die Organisation „Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH“ 7

2 Touristische Kennzahlen der Markenregion Salzkammergut 8

3 Geschäftsjahresergebnis 2022 (Bilanz & GuV) 12

4 Marktbearbeitung 13

 4.1 Marktgruppe Tschechien 13

 4.1.1 Print 13

 4.1.2 Online 16

 4.1.3 Wirtschaftskooperation dm drogerie markt s.r.o. Gewinnspiel 17

 4.1.4 Advent 17

 4.2 Marktgruppe Niederlande 18

 4.2.1 Print 18

 4.2.2 Online 19

5 Strategische Geschäftsfelder und Projekte 20

 5.1 Salzkammergut Advent 20

 5.2 BergeSeen Trail 21

 5.2.1 TV und Radio 21

 5.2.2 Print 21

 5.2.3 Online 22

 5.3 Biken 23

 5.3.1 BergeSeen eTrail 23

 5.3.2 Salzkammergut Radelt 27

 5.3.3 Salzkammergut Radweg 29

 5.4 Winter 30

 5.4.1 Winterauszeit Magazin 30

 5.4.2 Wintervideo 30

 5.4.3 Sanfter Winter Social Media Take Over 31

 5.5 Sommerfrische 31

 5.6 AirlineMarketing 32

 5.7 Benzinfreitage 34

 5.8 Salzkammergut Seen / Herbstkampagne 2022 34

6 Salzkammergut SommerCard 2022 36

7 Salzkammergut WinterCard 2022/23 37

8 Weitere Werbemittel-Produktionen 38

 8.1 Broschüre Attraktionen + Highlights 38

9 E-Marketing 2022 39

 9.1 Bewertungsplattform TrustYou 39

 9.2 TOURDATA, Typo 3, Guide und Canto 40

 9.3 Homepage 41

 9.4 Social Media 42

 9.4.1 Salzkammergut Online Adventkalender 43

 9.4.2 Blogger-Reisen 43

 9.5 E-Marketing-Kampagnen 44

 9.5.1 Salzkammergut Online-Magazin 44

 9.5.2 Kooperation mit 1000Things 44

 9.5.3 Kampagne Cube Ads 45

 9.6 Google Ads Kampagne / Markenbewerbung 45

10 Presse und Öffentlichkeitsarbeit 46

 10.1 ATB Post Tour 2022 46

11 Salzkammergut Akademie und Qualitätsmanagement 47

12 Beispiele von diversen Einschaltungen 48

1 Die Organisation „Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH“

Die Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH (STMG) wurde im Mai 2002 gegründet und umfasst derzeit acht Eigentümer aus den drei Bundesländern Oberösterreich, Salzburg und Steiermark.

Die Eigentümerstruktur der STMG und ihre Stimmanteile:

Region	Stimmanteile	Region	Stimmanteile
Attersee-Attergau	14 %	Fuschlseeregion	5 %
Ausseerland-Salzkammergut	18 %	Mondsee-Irrsee	7 %
Bad Ischl	9 %	Traunsee-Almtal	16 %
Dachstein Salzkammergut	13 %	Wolfgangsee	18 %

Mitglieder des Aufsichtsrats der STMG:

- **Ausseerland Salzkammergut:** Herbert Hierzegger (AR-Stv.)
- **Attersee-Attergau:** Georg Föttinger
- **Bad Ischl:** Mag. Stephan Unterberger
- **Dachstein Salzkammergut:** Mario Pabst
- **Fuschlseeregion:** Franz Schocher
- **Mondsee-Irrsee:** Norbert Sperr
- **Traunsee-Almtal:** Karlheinz Eder (AR-Vors.)
- **Wolfgangsee:** Roland Ballner (AR-Stv.)

Mitglieder der Generalversammlung der STMG:

- **Ausseerland Salzkammergut**
- **Attersee-Attergau:** Christine Schmoller
- **Bad Ischl:** Andreas Nöhammer
- **Dachstein Salzkammergut:** Renate Renner
- **Fuschlseeregion:** Andreas Teufl
- **Mondsee-Irrsee:** Georg Obermeier
- **Traunsee-Almtal:** Hermann Hühmayer
- **Wolfgangsee:** Mathias Hinterberger

Aufgaben der STMG

Als wesentlichste Aufgaben der STMG haben die Eigentümer folgende Bereiche definiert:

- Strategische Positionierung der Marke Salzkammergut als Ganzjahresdestination
- Erarbeitung, Implementierung und Umsetzung von unterschiedlichsten Marketingmaßnahmen in engster Kooperation mit den Subregionen des Salzkammerguts (= Eigentümer)
- Erbringen von Consulting-Dienstleistungen, vorwiegend für die Subregionen

Zur Erbringung und Umsetzung der Aufgaben wird von der Geschäftsführung ein jährliches Budget erstellt sowie von den Gremien der STMG (Aufsichtsrat, Generalversammlung) genehmigt.

2 Touristische Kennzahlen der Markenregion Salzkammergut

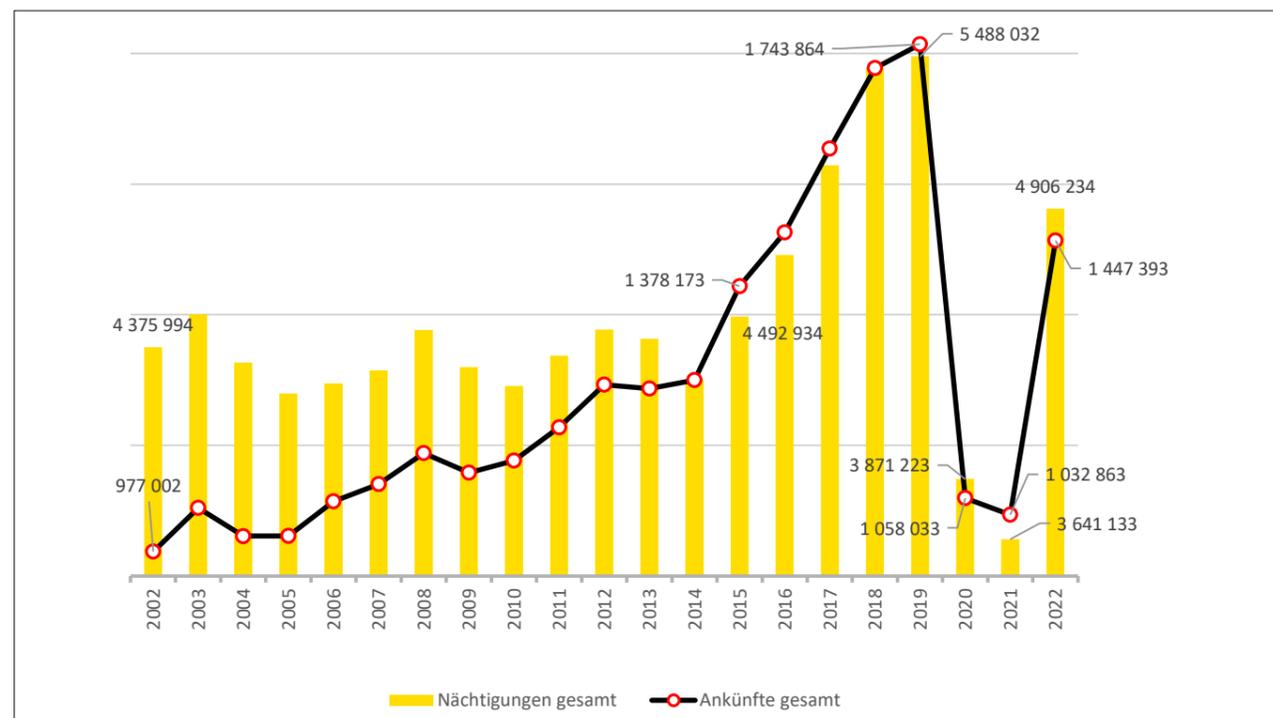
Das Jahr 2022 brachte nach zwei Jahren mit vielen Einschränkungen, bedingt durch die Corona-Pandemie, erste Lockerungen im Winterhalbjahr und die Aufhebung vieler Maßnahmen im Sommerhalbjahr mit sich.

Diese erfreulichen Entwicklungen für die Tourismusbranche spiegeln sich auch in der Statistik wieder - das Jahr 2022 konnte wieder eine deutliche Steigerung, sowohl bei den Ankünften, als auch bei der Zahl der Nächtigungen aufweisen.

Ankünfte und Nächtigungen im Kalenderjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr

	Kalenderjahr 2022	Veränderungen Vorjahr
Ankünfte	1.447.393	46,88 %
Nächtigungen	4.906.234	35,22 %

Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungszahlen im Salzkammergut von 2002 bis 2022



Quelle: Statistik Austria

Die saisonale Verteilung - Winterhalbjahr 2021/22

Die Zahl der Ankünfte im gesamten Winterhalbjahr 2021/22 konnte nach der teilweisen Lockerung der Coronamaßnahmen erwartungsgemäß wieder deutlich gesteigert werden. Es ist ein Zuwachs von 931,02 % zu verzeichnen. Die Übernachtungszahlen steigerten sich zum Vorjahr um 368,96 %.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 3,81 Nächte. Am geringsten waren die Steigerungen in den Monaten November und Dezember 2021, da zu dieser Zeit noch Lockdowns in Kraft waren. Mit der schrittweisen Lockerung der Maßnahmen steigerten sich auch die Ankünfte und Übernachtungszahlen.

Winterhalbjahr 2021/22 November - April									
	ANKÜNFTE				NÄCHTIGUNGEN				
Salzkammergut	Nov - April 2020/21	Nov - April 2021/22	Differenz absolut	Differenz %	Nov - April 2020/21	Nov - April 2021/22	Differenz absolut	Differenz %	durchschnittl. Aufenthaltsdauer
November	5.339	26.312	20.973	392,83 %	48.703	109.319	60.616	124,46 %	4,14
Dezember	3.219	29.659	26.440	821,37 %	29.780	127.135	97.355	326,91 %	4,29
Jänner	3.715	47.287	43.572	1172,87 %	34.501	191.964	157.463	456,40 %	4,06
Februar	4.430	62.475	58.045	1310,27 %	38.202	247.659	209.457	548,29 %	3,96
März	5.911	58.864	52.953	895,84 %	43.711	229.050	185.339	424,01 %	3,89
April	6.180	72.275	66.095	1.069,50 %	46.372	226.329	179.957	388,07 %	3,13
WHJ gesamt	28.794	296.872	268.078	931,02 %	241.269	1.131.456	890.187	368,96 %	3,81

Quelle: Statistik Austria

Winterhalbjahr 2021/22 November - April									
	ANKÜNFTE				NÄCHTIGUNGEN				
Region	Nov - April 2020/21	Nov - April 2021/22	Differenz absolut	Differenz %	Nov - April 2020/21	Nov - April 2021/22	Differenz absolut	Differenz %	durchschnittl. Aufenthaltsdauer
Attersee-Attergau	5.844	21.729	15.885	271,82 %	45.961	83.346	37.385	81,34 %	3,84
Ausseerland Skgt.	4.081	95.967	91.886	2.251,56 %	56.310	392.809	336.499	597,58 %	4,09
Bad Ischl	1.831	23.719	21.888	1.195,41 %	37.111	107.990	70.879	190,99 %	4,55
Dachstein Skgt.	4.480	70.404	65.924	1.471,52 %	36.164	260.320	224.156	619,83 %	3,70
Fuschlsee	650	16.819	16.169	2.487,54 %	4.248	56.651	52.403	1.233,59 %	3,37
Mondsee-Irrsee	2.184	14.591	12.407	568,09 %	6.474	40.257	33.783	521,83 %	2,76
Traunsee-Almtal	8.452	29.019	20.567	243,34 %	44.484	114.987	70.503	158,49 %	3,96
Wolfgangsee	1.272	24.624	23.352	1.835,85 %	10.517	75.096	64.579	614,04 %	3,05
SKGT	28.794	296.872	268.078	931,02 %	241.269	1.131.456	890.187	368,96 %	3,81

Quelle: Statistik Austria

Differenziert nach Regionen, ergab sich der stärkste Zuwachs bei der Zahl der Ankünfte in den Regionen Ausseerland (+2.251,56 %) sowie Fuschlsee (+2487,54 %). Die geringsten Steigerungen bzw. Unterschiede im Ge-

gensatz zum Vorjahr gab es in den Regionen Traunsee-Almtal (+243,34 %) und Attersee-Attergau (+271,82 %). Relativ analog dazu verlief die Entwicklung bei den Nächtigungen.

Die saisonale Verteilung - Sommerhalbjahr 2022

Die Zahl der Ankünfte verzeichnete im Sommer 2022 einen durchschnittlichen Zuwachs von 16,97 % zum Vorjahr. Ein starker Anstieg war vor allem im Mai (153,91 %) zu verzeichnen, da die Corona-Maßnahmen zu diesem Zeitpunkt weitestgehend aufgehoben wurden. Auch in den Sommermonaten gab es Steigerungen sowohl

bei den Ankünften, als auch bei den Nächtigungen. Im Herbst 2022 ist ein leichtes Minus zu verzeichnen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste im Sommerhalbjahr '22 lag bei 3,37 Nächten (2020: 3,58; 2021: 3,55).

Sommerhalbjahr 2022 Mai - Oktober									
Salzkammergut	ANKÜNFTE				NÄCHTIGUNGEN				
	Mai - Okt 2021	Mai - Okt 2022	Differenz absolut	Differenz %	Mai - Okt 2021	Mai - Okt 2022	Differenz absolut	Differenz %	durchschnittl. Aufenthaltsdauer
Mai	45.932	116.624	70.692	153,91 %	158.187	349.702	191.515	121,07 %	3,00
Juni	142.278	183.781	41.503	29,17 %	461.252	579.443	118.191	25,62 %	3,15
Juli	219.597	253.693	34.096	15,53 %	821.878	885.520	63.642	7,74 %	3,49
August	231.469	248.073	16.604	7,17 %	936.201	955.234	19.033	2,03 %	3,85
September	165.115	153.976	-11.139	-6,75 %	535.013	497.298	-37.715	-7,05 %	3,23
Oktober	105.219	107.792	2.573	2,45 %	322.823	319.217	-3.606	-1,12 %	2,96
SHJ gesamt	909.610	1.063.939	154.329	16,97 %	3.235.354	3.586.414	351.060	10,85 %	3,37

Quelle: Statistik Austria

Sommerhalbjahr 2022 Mai - Oktober									
Region	ANKÜNFTE				NÄCHTIGUNGEN				
	Mai - Okt 2021	Mai - Okt 2022	Differenz absolut	Differenz %	Mai - Okt 2021	Mai - Okt 2022	Differenz absolut	Differenz %	durchschnittl. Aufenthaltsdauer
Attersee-Attergau	120.558	137.111	16.553	13,73 %	463.780	506.596	42.816	9,23 %	3,69
Ausseerland Skgt.	158.138	176.005	17.867	11,30 %	599.547	633.531	33.984	5,67 %	3,60
Bad Ischl	50.755	55.738	4.983	9,82 %	199.164	211.299	12.135	6,09 %	3,79
Dachstein Skgt.	164.364	213.458	49.094	29,87 %	503.990	593.477	89.487	17,76 %	2,78
Fuschlsee	57.410	68.768	11.358	19,78 %	224.783	254.510	29.727	13,22 %	3,70
Mondsee-Irrsee	77.785	87.883	10.098	12,98 %	259.914	284.767	24.853	9,56 %	3,24
Traunsee-Almtal	102.376	119.790	17.414	17,01 %	302.844	344.218	41.374	13,66 %	2,87
Wolfgangsee	178.224	205.186	26.962	15,13 %	681.332	758.016	76.684	11,26 %	3,69
SKGT	909.610	1.063.939	154.329	16,97 %	3.235.354	3.586.414	351.060	10,85 %	3,37

Quelle: Statistik Austria

Nach Regionen aufgeschlüsselt, konnte die Region Dachstein-Salzkammergut den höchsten Anstieg an Ankünften im Gegensatz zum Sommerhalbjahr 2021 (+29,87 %) verzeichnen. Bei der Zahl der Nächtigungen gab es

ebenfalls in der Dachstein-Region den höchsten Anstieg (+17,76 %) zum Vorjahr, gefolgt vom Fuschlsee und der Region Traunsee-Almtal.

Die Herkunftsländer

Aus allen Herkunftsländern kann im Jahr 2022 sowohl ein Anstieg bei den Ankünften als auch bei den Nächtigungen verzeichnet werden.

Bei den Gästen aus Österreich gab es um 29,22 % mehr Ankünfte und um 20,15 % mehr Nächtigungen als im Vorjahr. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Urlauber aus Österreich betrug 3,27 Nächte.

Die zweitmeisten Gäste kommen nach wie vor aus Deutschland – sie weisen auch die höchste Aufenthaltsdauer von durchschnittlich 4,12 Nächten auf.

Den stärksten Anstieg an Ankünften und auch Nächtigungen gab es bei Gästen aus Südostasien, diese waren im Vorjahr nicht unter den Top 15 vertreten und belegen mit 11.991 Ankünften im Jahr 2022 nun den 11. Platz.

Ebenfalls ein starkes Plus ist bei den Urlaubern aus dem Vereinigten Königreich zu verzeichnen, sie belegen den 10. Platz in der Statistik. Und auch Gäste aus den USA bereisten 2022 verstärkt das Salzkammergut – die Vereinigten Staaten rutschen im Ranking vom Platz 13 auf Platz 6.

Salzkammergut - Nationenwertung Top 15 Kalenderjahr 2022						
Nr.	Herkunftsland	Ankünfte		Nächtigungen		Aufenthaltsdauer
		absolut	% Vorjahr	absolut	% Vorjahr	
1	Österreich	759.334	29,22 %	2.481.793	20,15 %	3,27
2	Deutschland	342.980	46,02 %	1.414.298	37,47 %	4,12
3	Tschechien	84.625	78,27 %	265.541	76,16 %	3,14
4	Niederlande	27.970	35,76 %	103.863	28,84 %	3,71
5	Ungarn	22.048	118,28 %	72.987	101,35 %	3,31
6	Vereinigte Staaten	19.505	305,17 %	42.558	246,14 %	2,18
7	Schweiz	17.853	60,07 %	56.316	50,55 %	3,15
8	Polen	14.014	93,46 %	53.545	69,55 %	3,82
9	Israel	13.940	51,52 %	33.603	67,18 %	2,41
10	Vereinigtes Königreich	12.440	383,48 %	45.667	372,45 %	3,67
11	Südostasien (Sonstige)	11.991	2.241,99 %	17.675	1.380,32 %	1,47
12	Slowakei	10.461	116,85 %	37.724	108,03 %	3,61
13	Italien	9.833	52,47 %	23.717	1,24 %	2,41
14	Frankreich	9.806	81,56 %	25.861	64,82 %	2,64
15	Belgien	6.896	46,79 %	24.886	53,43 %	3,61

Quelle: Statistik Austria

3 Geschäftsjahresergebnis 2022 (Bilanz & GuV)

Das vorliegende Bilanzergebnis 2022 der STMG ist deutlich schlechter ausgefallen als im Budget 2022 vorgesehen und beschlossen. Statt einem Plus von EUR + € 1.230,- wird ein Jahresfehlbetrag in der Höhe von - € 184.458,72 ausgewiesen. Dieser unerwartete Fehlbetrag ergibt sich überwiegend aus der Tatsache, dass der ausbezahlte Förderbetrag für das Projekt „Sommerfrische reloaded“ in der Höhe von € 150.000,- nicht in der Bilanz 2022 ausgewiesen wurde sondern fälschlicherweise schon in der Bilanz 2021. Dadurch ist die Bilanz 2021 mit EUR - € 118.810,92 deutlicher besser ausgefallen, wie das beschlossene Budget in der Höhe von - € 300.000,-. Würde man die beiden Bilanzen 2021 und 2022 zusammenfassen, so ergäbe sich eine ausgeglichene Bilanz.

Umsatzerlöse: Die Umsatzerlöse haben sich im Vergleich zu 2021 deutlich von € 558.551,43 auf € 639.085,48 erhöht. Die starken Steigerungen hängen mit den Erlösen aus den Geschäftsfeldern Seen und Advent sowie der Marktgruppe Tschechien zusammen die von den regionalen Tourismusorganisationen in diese Projekte eingebracht wurden. Im Vorjahr wurden die Projektkosten dieser 3 Projekte ausschließlich von der STMG getragen.

Personalkosten: Die Personalkosten sind im Vergleich zum Vorjahr nahezu gleich geblieben (2022: € 320.402,44 / 2021: € 316.479,44) und haben den geplanten Budgetwert von € 340.000,- deutlich unterschritten.

Marketingausgaben: Im Vergleich zum Vorjahr wurden die Marketingausgaben mit € 1.269.778,80 (2021: € 1.031.932,90) klar gesteigert. Das Jahr 2022 war das erste Jahr nach der COVID19-Pandemie in dem nahezu alle geplanten Projekte umgesetzt werden konnten. In den wichtigsten Geschäftsfeldern wie Trail, eTrail, Seen oder Advent sowie im Sommerfrische-Projekt wurden daher die geplanten Marketingausgaben auch getätigt.

Das Kalenderjahr 2022 schloss mit einem Jahresfehlbetrag von - € 184.458,72 ab. Trotz dieses unerwarteten Minus (Erklärung siehe Absatz 1) konnte die STMG umsichtig und zielorientiert durch das erst Nach-Pandemie-Jahr geführt werden.

	2021	2022
EGT	- € 117.060,92	- € 182.708,72
Jahresüberschuss	- € 118.810,92	- € 184.458,72
Gewinnvortrag aus Vorjahr	€ 407.031,91	€ 288.220,99
Bilanzgewinn	€ 288.220,99	€ 103.762,27

4 Marktbearbeitung

4.1 Marktgruppe Tschechien

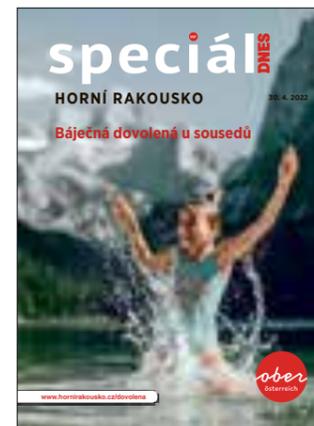
Das Nachbarland Tschechien ist für Oberösterreich einer der wichtigsten Auslandsmärkte.

Ziel der ARGE CZ für das Salzkammergut ist es, die Marke Salzkammergut zu stärken und den Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Mit den koordinierten Markt- und Marketing-Aktivitäten und marktrelevanten Produkten positioniert sich Oberösterreich und als Partner das Salzkammergut als „place to be“ und als nahes Urlaubsziel.

Das geplante Gesamtbudget für den Markt Tschechien betrug im Jahr 2022 € 107.500,-.



4.1.1 Print



MAFRA Verlag / Speciál DNES Oberösterreich

3 Seiten, Erscheinung 30.4.2022, 131.000 Stk., Urlaubsmagazin beigelegt in Tageszeitungen MFDNES / Mladá Fronta und LIDOVE NOVINY als Verlagskooperation MAFRA



Frauenmagazin Marianne
7 Seiten, Erscheinungstermin: 21. Juli 2022



CD magazin pro vás (Ceské dráhy – Tschechische Bahnen)
8 Seiten, Auflage 100.000 Stück, Zeitraum Mai 2022,
die Magazine lagen 1 Monat lang in IC und EC Zügen der Tschechischen Bahn auf



Salzkammergut Guide Lonely Planet CZ
64 Seiten, Auflage: 47.000 Stk., Juni – August 2022

Sondermagazin am Markt und Urlaubsmagazin für tschechische Gäste im Salzkammergut



Lonely Planet CZ 01/2022
10 Seiten



Relax Magazin
6 Seiten, Erscheinung Februar 2022

4.1.2 Online



Online Performance Kampagne - Salzammergut 2 Flights
 Laufzeit der Kampagne war ab 12.4.2022 bis 30.10.2022.



Influencer Kooperation VisitChef

- Medienkooperation mit online Plattform und Influencer Food and Lifestyle visitchef.com
- in CZ vor allem in Prag TOP Plattform für die Foodie Szene
- Schwerpunkt: Besuch von culinary spots
- September - Oktober 22: Eine große Reportage Salzammergut auf visitchef.com
- Weihnachten 22: Gewinnspiel um 1x Aufenthalt im Salzammergut für 3 Nächte, 2 Personen inkl. HP in 4-Sterne Haus



Österreich Werbung Publishing Paket Salzammergut

Online Content mit Portalen und Social Media, Laufzeit 1 Monat ab 12.4.2022

4.1.3 Wirtschaftskooperation dm drogerie markt s.r.o. Gewinnspiel

Magazin active beauty 05/22 und Gewinnspiel online 16. – 22.5.2022

Teilnehmer: 2.200

Magazin active beauty 06/22 und Gewinnspiel online 20.- 26.6.2022

Teilnehmer: 2.930



4.1.4 Advert

Print

PR in Prestigemagazin Marianne und Wochenendmagazinen Lidove noviny, Pravo, MfDnes

Event

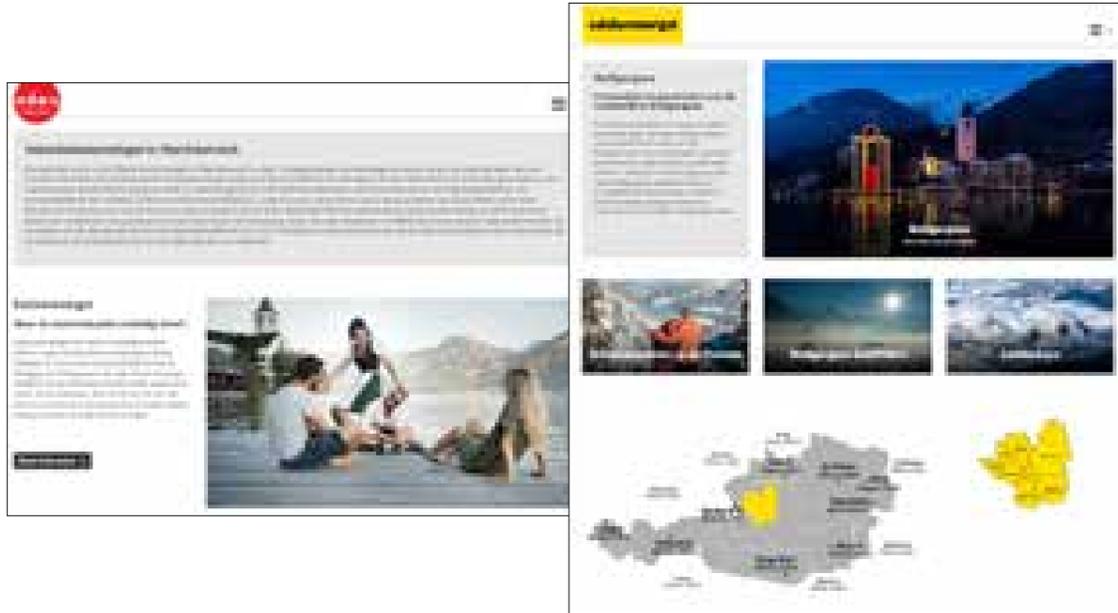
Am 20.12.2022 fand im Palace Žofin in Prag ein Weihnachtskonzert der St. Florianer Sängerknaben statt. 800 Konzertbesucher, Partner und Journalisten besuchten die Veranstaltung.



4.2 Marktgruppe Niederlande

Ziel der Marktgruppe Niederlande ist es, die Marke Salzkammergut in den Niederlanden zu stärken und den Bekanntheitsgrad der Region zu erhöhen.

Das geplante Gesamtbudget für das Jahr 2022 betrug € 171.000,-



4.2.1 Print



Magazin National Geographic

4 Seiten, Erscheinung: Juni/Juli 2022, Reichweite: 552.000, Auflage 60.000

4.2.2 Online



National Geographic Content Kooperation Online
Beworben wurden 7 Salzkammergut Regionen, der BergeSeen eTrail und der BergeSeen Trail.

Es wurden 9 Facebook-Posts (Reichweite: 460.000) und 3 Newsletter-Artikel (Reichweite: 485.616) ausgespielt.



Influencer-Marketing in Kooperation mit Gate2Marketing

Gemeinsam mit der Agentur Gate2Marketing gab es 2022 eine Influencer-Kampagne, um die Marke Salzkammergut in der Zielgruppe zu positionieren. Teilnehmende Blogger waren u.a. Lady Lemonade oder Kek Mama.

5 Strategische Geschäftsfelder und Projekte

Ziel der strategischen Geschäftsfelder ist es, unter Bündelung von unterschiedlichen Ressourcen und somit auch Geldmitteln umsetzungsstarke Marketingeinheiten zu schaffen, die unter der Dachmarke Salzkammergut agieren. Folgende strategische Geschäftsfelder waren im Jahr 2022 aktiv:

5.1 Salzkammergut Advent

Im Jahr 2022 fand der Salzkammergut Advent zum ersten Mal nach den Corona-Beschränkungen der letzten Jahre wieder statt. Neben den traditionellen Adventmärkten in den Regionen Wolfgangsee, Mondsee, Fuschlsee und Bad Ischl war erstmalig auch die Region Dachstein Salzkammergut mit dem Advent in der Welt-erbe Region vertreten.

Ziel der ARGE Advent war es, vermehrt Übernachtungsgäste aus Wien und München, sowie Tagesgäste aus den Bundesländern Oberösterreich und Salzburg anzusprechen. Dazu wurden diverse Kampagnen gestartet und die Website advent.salzkammergut.at adaptiert.

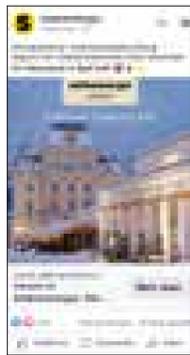


Krone Bunt
1 Doppelseite, ET 13.11.2022



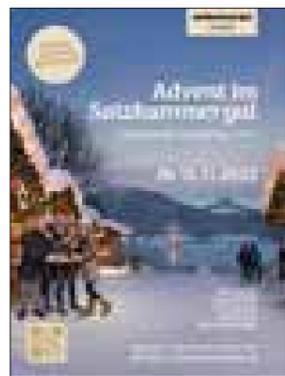
Out-Of-Home Kampagne
U-Bahn-Werbung in München (10.11. – 22.11.2022, 96 Screens) und Wien (14.11. – 2.12.2022, 22 Screens)

Social Media Werbekampagne
Start 31.10.2022, Ende 18.12.2022, Werbeanzeigen im Facebook Feed



Servus-Kooperation: Print und Digital

- Servus in Stadt & Land (AT, DE), 1 Seite, ET 27.10.2022
- Servus.com (AT, DE), Startseitenplatzierung, Online Advertorial



Kurier – Lust auf Österreich
1 Seite, ET 9.11.2022

5.2 BergeSeen Trail

Auch im Jahr 2022 stellte der BergeSeen Trail eines der wichtigsten Geschäftsfelder der STMG dar.

Der Trail wurde von bisher 20 auf 23 Etappen umgestellt.

In Zusammenarbeit mit dem Alpenverein, den Naturfreunden, den Gemeinden und Tourismusverbänden wurden und werden laufend neue Wanderschilder montiert.

5.2.1 TV und Radio

Zu Fuß durchs Salzkammergut

Servus TV-Bergwelten mit Ernst Merkingner, welcher meist weite Wege auf sich nimmt. Unterwegs auf dem BergeSeen Trail trifft er inspirierende Persönlichkeiten, die ihn ein Stück seines Weges begleiten.

OE1 – Von der Kunst des Reisens

Unterwegs auf dem BergeSeen Trail mit Jakob Fessler

ORF Wetter

Salzkammergut Spot 2022 bei Wetterankündigung im ORF wurde zwischen 14.8.2022 und 4.9.2022 16 x ausgestrahlt.

5.2.2 Print



GEO Österreich 06/2022

Einschaltung mit Angebot BergeSeenTrail, 1 Seite

Outdoorwelten Sommer 2022

„Bergtour auf zwei Rädern“, 1 Seite Artikel



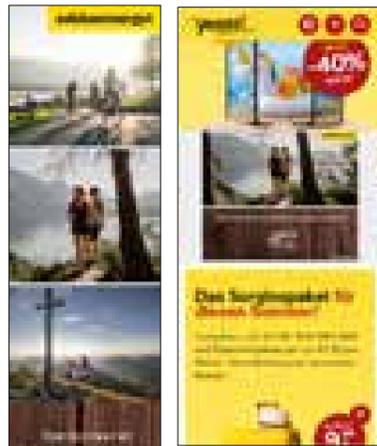
5.2.3 Online



Facebook: Die schönsten Wanderwege
Kooperation mit Facebook Community „Die schönsten Wanderwege“, @schoenstewanderwege



Instagram: Laufduo Leopoldschlag
@laufduo_leopoldschlag beim Trailrunning auf dem BergeSeen Trail. Story Highlight auf Instagram.



CANAL +
Einschaltung Online mit einem Werbe-Banner



Outdoorwelten
Online-Artikel

komoot.de
Die Plattform komoot ist ein Routenplaner, eine Navigations-App, ein Tourenverzeichnis und ein soziales Netzwerk für Outdoor-Aktivitäten. Es richtet sich im Speziellen an Radfahrer, Wanderer, Mountainbiker, Gravelbiker und Rennradfahrer. Bei der komoot-Kampagne für den BergeSeen Trail konnten insgesamt 1.517.049 Views und 16.293 Clicks generiert werden.

Google Ads
Budget: € 8.000,-
Laufzeit: Mai bis Oktober 2022
Werbemittel: Suche, Display, Video & Discovery
Erzielt wurden damit 2.233.912 Impressionen und damit wurden 332.004 Interaktionen erreicht.

5.3 Biken

5.3.1 BergeSeen eTrail

Neben dem erfolgreichen BergeSeen Trail konnte als Pendant für eMountainbiker 2020 der BergeSeen eTrail eröffnet werden. Die effektive Bewerbung startete im Jahr 2021 und erfolgte auch 2022 auf unterschiedlichsten Kanälen.

Neues Kartenmaterial zum BergeSeen eTrail

Im Jahr 2022 wurde das Kartenmaterial zum BergeSeen eTrail komplett neu produziert. Es wurden 50.000 Stück in deutscher und englischer Sprache im Maßstab 1:90.000 aufgelegt.

Die Karten enthalten kurze Tourenbeschreibungen, sowie QR-Codes zu jeder Tour, um den Tourenverlauf auch am Handy anzeigen zu können. Ebenfalls vermerkt sind die Schwierigkeitsgrade der Streckenabschnitte und Hinweise zu landschaftlichen Höhepunkten. Ergänzend gibt es Infos zu möglichen Abstechern und Akku-Ladestationen.



BergeSeen MTB-Beschilderungen

Auf Basis unserer Beschilderung wird dieses System mittlerweile auch in der Steiermark, in Salzburg und in Oberösterreich eingesetzt.

Zur einheitlichen Durchführung wird die Software „Contwise“ von General Solutions genutzt. Über diese digitale Lösung können alle Schilder erfasst, digital verortet und für den Produzenten vorbereitet werden. Diese Software ist auch bei den alpinen Vereinen im Einsatz und soll für alle Infrastruktur-Erhalter zur Verfügung stehen.



BergeSeen eTrail-Pass & Stempelstation

Begleitend zu den verschiedenen Maßnahmen gab es auch im Jahr 2022 wieder den BergeSeen eTrail-Pass. Alle absolvierten Etappen können an zehn verschiedenen Stationen mit einem Stempel bestätigt werden. Der Pass beinhaltet außerdem das „Biker Fairplay“ mit Verhaltensregeln für unterwegs. Zudem können Datum, Aufbruchs- und Ankunftszeit und das Wetter dokumentiert werden. Über die App Summit Lynx kann man das Tourenprotokoll auch digital festhalten.

Jedes Jahr im Herbst läuft zusätzlich ein Gewinnspiel in Kooperation mit KTM für alle Teilnehmer der eTrail-Pass-Challenge.

Auf die Gewinner wartet ein hochwertiges eMountainbike der Firma KTM, sowie ein Urlaub im Salzkammergut. Als Giveaway für alle Teilnehmer der Challenge gibt es außerdem eine Fahrradglocke, die speziell für den BergeSeen eTrail entwickelt wurde.



BergeSeen eTrail-Pass und Stempelstation

Print



Outdoorwelten Sommer 2022
„Bergtour auf zwei Rädern“, 1 Seite Artikel



Sonderheft Mountainbike-Touren Oberösterreich



Von der Kunst des Reisens, Ö1 Club
Destinationen 2022



Mountainbike Holidays
Ausgabe 2022



Naturlust
Ausgabe Frühling 2022



GEO Österreich
Ausgabe 07/2022

Mitmachen & Gewinnen
Mehr Berge wagen: Der Salzkammergut BergeSeen eTrail
 Machen Sie mit und gewinnen Sie mit etwas Glück die unten beschriebene Reise.
 Einfach Gewinnhotline anrufen oder online mitmachen unter www.salzkammergut.at/lotto

LÖSUNGSWORT: SALZKAMMERGUT | TEILNAHMESCHLUSS: 19.06.2022

Gewinnen Sie einen Aufenthaltsgutschein für 2 Personen über 3 Nächte mit Halbpension im Hotel DAS Hintersee.

eTrail statt comfort zone. Sommerfrisch mit dem E-Bike die Highlights des Salzkammergutes erkunden: der BergeSeen eTrail macht es auch E-Mountainbike-Liebhaber*innen möglich, sich rundum versorgt in ein spannendes Abenteuer zu stürzen.

Auf einer Länge von 624 Kilometern und in zehn Tagesetappen erschließt der BergeSeen eTrail die Schönheiten der legendären Sommerfrische-Region. Weitwunders auf zwei Rädern voranzugehen. Die neue eMTB-Strecke verläuft durch alle acht Regionen des Salzkammergutes und führt Sie zu den schönsten Plätzen.

Das familiär geführte 3-Sterne-Superior Hotel DAS Hintersee mit den neuerbauten Chalets und Zuhäuser ist der Ausgangspunkt für ein beeindruckendes Bike- und Wandergebiet in der Osterhorngruppe im Salzkammergut. Durch den hauseigenen E-MTB Verleih und den dazugehörigen Bikeshop ist der perfekte Abenteuerurlaub garantiert. Bei der eBike Academy können Sie direkt eine geführte Tour oder ein Fahrlehrertraining auf dem 2.000 m² großen Übungsgelände mit Ihrem persönlichen Guide buchen. Durch die große Bikegarage mit 25 E-Stationen haben Sie die Möglichkeit dem eigenen E-Bike eine Pause zu gönnen und die neuen Modelle auszustesten.

Nach einer abenteuerlichen Bike-Tour ist der 350m² „SPA_Bergweil“ der ideale Ort, um den Tag ausklingen zu lassen und im Whirlpool oder dem 4 verschiedenen Saunen sich so richtig zu entspannen. Am Abend verwöhnt Sie Albert Elner mit bodenständigen Salzburger Köstlichkeiten und internationaler Küche im Gasthof & Restaurant DAS Hintersee.

Salzkammergut Tourismus
 Sammerplatz 1, 4820 Bad Ischl
 Tel.: +43 (0)6132 20909-0
info@salzkammergut.at
[salzkammergut.at](https://www.salzkammergut.at)

DAS Hintersee
 Gasthof - Hotel - Chalet
 Hintersee 4, 5324 Hintersee
kontakt@das-hintersee.at
 Tel.: +43 (0)6224 / 8900-0
[das-hintersee.at](https://www.das-hintersee.at)

SZ **volka** **freund**



Sonderbeilage
Saarbrücker Zeitung,
Trierischer Volksfreund
& Pfälzer Merkur
 KW 14/2022

Südwestpresse
 KW 24/2022

Online

komoot.de

Die Plattform komoot ist ein Routenplaner, eine Navigations-App, ein Tourenverzeichnis und ein soziales Netzwerk für Outdoor-Aktivitäten. Es richtet sich im Speziellen an Radfahrer, Wanderer, Mountainbiker, Gravelbiker und Rennradfahrer.

Bei der komoot-Kampagne für den BergeSeen eTrail konnten insgesamt 1.768.171 Views und 21.414 Clicks generiert werden.

Google Ads

Budget: € 7.700,-
 Laufzeit: April bis Oktober 2022
 Werbemittel: Suche, Display & Discovery
 Erzielt wurden damit 321.852 Impressions und damit wurden 44.958 Klicks erreicht.



Outdoorwelten
 Online-Artikel

DER SALZKAMMERGUT BERGESEEN E-TRAIL
 Sommerfrisch das Salzkammergut mit dem E-Bike erkunden: In zehn Tagesetappen auf knapp 630 Kilometern kann man beim BergeSeen eTrail Freiheit spüren und eine Reise durch materische Landschaften erleben.

Der BergeSeen eTrail führt auf 624 Kilometern durch alle acht Regionen des Salzkammergutes. In Oberösterreich, Salzburg und der Steiermark. Das Abenteuer des BergeSeen eTrails ist geprägt durch alpine Landschaften, malerische Seen, beeindruckende Schotterwege und wird durch wunderschöne Bergpanoramen am Weg und bei der Rast in den unzähligen Einkehrmöglichkeiten erweitert.

E WIE EUPHORIE
 Auf einer Rundtour von 10 Tagen Etappen führt der BergeSeen eTrail durch alle acht Regionen des Salzkammergutes von Attersee-Attergau, dem Ausseerland und Bad Ischl bis hin zum Dachstein-Salzkammergut, dem Panna, Mondsee-Attersee, Traun-

sen-Attersee und dem Wolfgangsee. Es werden 10 Etappen vorgezogen um jeden Geschmack zu treffen. Die kürzeste Distanz erstreckt sich von Ischl über Ebensee nach Fuschlsee und umfasst rund 42 Kilometer. Die längste Distanz mit 77 Kilometern führt ausgehend von Graz ins Attersee-Attergau.

über den Traunsee nach Kirchbach am Attersee. Der BergeSeen eTrail ermöglicht es je nach Tour einseitig und individuell in Ihren Distanz, Ausdauer und Abenteuerlust zu gestalten. Viele Ausblicke bieten die Zäsuren oder die Abfahrt von der Frontstein, eine anstrengende, aber spektakuläre Strecke die Frage „Bist du fit?“ beantwortet. Die Tour zentralisiert sich über unterschiedliche Wegeschneidungen. 5% der Wege werden auf Forststraßen beschränkt und 44% des Abenteurs auf Asphalt. Nur rund 1% der Touren bewegen sich auf dem typischen Trailweg. So bietet der BergeSeen eTrail ein breites Spektrum an individuell wählbaren Möglichkeiten und Routen für jede Könnensstufe.

DER BERGESEEN E-TRAIL IN KÜRZE

- 10 Tagesetappen zwischen 40 und 80 Kilometern vom 13.05. bis 22.05.2022
- leicht zu bewältigen, von jung bis alt, gut geeignet für Anfänger, Familien, Kultur- und Gesundheit
- Kooperation der Firmen Absolut mit ausgebildeten Führern und Guideposten, die mit geeigneten ausgestattet werden
- eMTB Leihstationen sind vorhanden
- geeignete öffentliche Unterkünfte vor Ort

Hinweis: Aufgrund der Länge der Touren ist entweder ein zweites Auto notwendig oder auf den Diensten von Taxi zu achten.

INFO
 Nähere Informationen unter www.salzkammergut.at
 mai 2022 | 110

Naturfreund, Magazin für Freizeit und Umwelt
 115. Jahrgang, 03/2022

5.3.2 Salzkammergut Radelt

Mit „Salzkammergut radelt“ gab es im Jahr 2022 erstmalig eine Aktionswoche um in der Vorsaison das Salzkammergut zu bewerben. Für die Durchführung von Veranstaltungen waren die TVB's zuständig die STMG kümmerte sich um deren Bewerbung. Die Aktionswoche fand vom 13. bis 22. Mai 2022 statt und es wurden im Vorfeld diverse Marketingaktivitäten umgesetzt.



Falstaff
 Mai 2022

Print

Einschaltungen in der Ischler Woche,
City Magazin Linz/Wels,
Tip-on-Karte in den Oberösterreichischen Nachrichten



CityMagazin Linz/Wels

Ischler Woche / Mai 2022

5.3.3 Salzkammergut Radweg

Die Streckenführung des Salzkammergut Radwegs wurde detailliert neu erhoben und neue Streckenführungen wurden ausgearbeitet.

Diese Ergebnisse sollen im kommenden Jahr dem Land Oberösterreich präsentiert werden, Ziel ist eine neue Wegführung und eine Aktualisierung der Beschilderung für die Radsaison 2024.



Digital

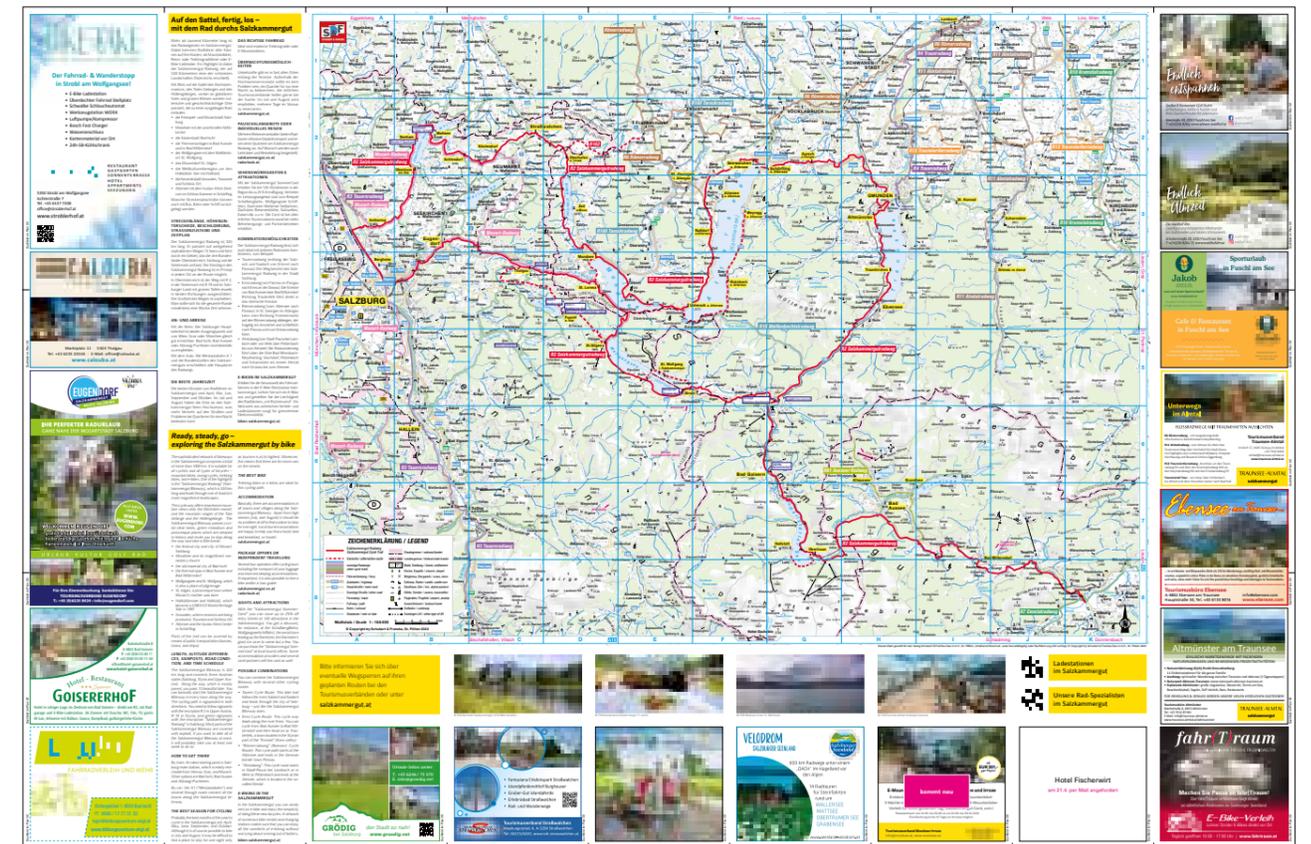


Publica.at

Diverse Screens in Oberösterreich (Linz, Wels, Ried, Steyr, Vöcklabruck)

Google Ads

Budget: € 2.400,-
Laufzeit: April bis Oktober 2022
Werbemittel: Suche, Display & Discovery
Erzielt wurden damit 708.380 Impressionen und damit wurden 11.499 Klicks erreicht.



5.4 Winter

5.4.1 Winterauszeit Magazin

Auch für die Wintersaison 2022/23 wurde wieder ein Winterauszeit-Magazin produziert.

In einer Auflage von 15.000 Stück wurden die Broschüren verteilt. Sie liegen bei allen Tourismusbüros auf und werden bei allen Gästeanfragen beigelegt.

Inhaltlich werden magazinartig alle Winterangebote des Salzkammerguts zusammengefasst

- Format: A4
- Umfang: 70 Seiten
- Auflage: Deutsch: 15.000 Stk
- Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen



5.4.2 Wintervideo

Für die Wintersaison wurde mit Eduardo Gellner, Katrin Kerschbaumer und Franziska Lipp ein Imagefilm produziert - das Salzkammergut Wintervideo. Es ist auf der Homepage platziert, außerdem wurden mit Ausschnitten des Videos Werbeanzeigen auf den Social Media Kanälen geschaltet.

Zusätzlich zum Salzkammergut Wintervideo wurden neue Fotos für die Wintersaison 2022/23 produziert.



5.4.3 Sanfter Winter Social Media Take Over

Zum Thema „Sanfter Winter“ fand im Februar / März 2022 ein Account Take Over durch eine Kooperation mit der SalzburgerLand Tourismus GmbH statt.

Das Account Take Over Salzkammergut beinhaltete:

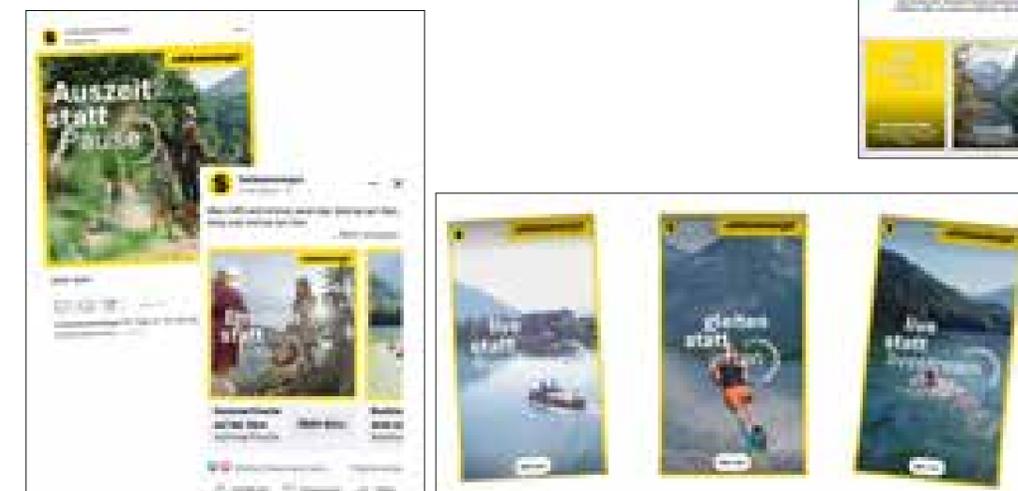
- 4 x Instagram Postings + Medialisierung
- 4 x Facebook Postings + Medialisierung
- 3 x Twitter Postings
- Instagram Stories der Gebiete Fuschlseeregion (Explore Salzkammergut), Dachstein West (Skifahren) und Zwölferhorn (Skitour)

Auf Facebook erreichte man damit 285.183 Personen (inkl. Ad), auf Instagram konnten die Postings 307.362 Personen erreichen und die Ads noch einmal 320.804.



5.5 Sommerfrische

Das Projekt „Sommerfrische“ wurde auch im Jahr 2022 weitergeführt, im Fokus war dabei die Thematisierung auf der Homepage salzkammergut.at. Die Laufzeit des Projektes war bis Juni 2022 befristet.



Gruppe am Park

Die Social Media Kampagne Gruppe am Park fand auch dieses Jahr wieder statt, vom 1. April bis 30. Juni 2022. Bei den Bilderkarussellen konnte eine Reichweite von 730.333 bei 4.894.515 Impressionen erzielt werden. Mit den Stories erreichte man 601.747 Personen bei 2.453.192 Impressionen.



Servus Magazin

Im Jahr 2022 ebenfalls wieder erschienen ist die beliebte Sonderausgabe Servus Salzkammergut. In Kooperation mit dem Servus Magazin erschien die Regionalausgabe am 25. April 2022. Auflage: 120.000 Stück



Servus TV Spots

Von 13. bis 30. April wurden auf Servus TV Spots zum Thema Sommerfrische im Salzkammergut geschaltet.



Digital Out Of Home

In München, Köln und Wien wurde vom 11. bis 27. Mai 2022 öffentliche Screenwerbung ausgespielt.



5.6 AirlineMarketing

Im Bereich Airline Marketing wurden im Jahr 2022 gemeinsam mit SalzburgerLand Tourismus verschiedenste Marketingaktivitäten durchgeführt.

Lufthansa

- Videomarketing Inflight Entertainment
- Ausspielung diverser Bannerformate auf Lufthansa.com



Eurowings

- Landingpage
- Kampagne zur Bewerbung der Strecke ARN – SZG Laufzeit: 21.11. bis 18.12.2022
- Social Media Ads und Display Banner Ads
- Marketing Frühjahr 2022



Lübeck Air

- Social Media über die Kanäle der Air Lübeck
- Hang-on Flyer in Bussen und Zügen
- Pressereise im Rahmen der PEO 2. – 5. Mai 2022
- Tour Operator Workshop, 20. April der Lübeck Air



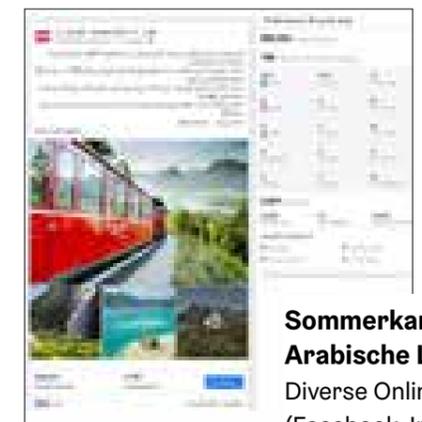
Transavia

- Online-Kampagne April 2022
- Online-Kampagne Sommer/Herbst 2022



Jet2.com

Online-Kampagne September 2022 bis Februar 2023



Sommerkampagne 2022 Arabische Länder

Diverse Online-Aktivitäten (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat), Zielgruppe aus den Golfstaaten

5.7 Benzinfreitage

Der Salzburger Verkehrsverbund startete im Jahr 2022 die Aktion „Benzinfreitage – 30 Tage Öffis zum Nulltarif“. Zwischen 1. April und 25. September 2022 konnten jeden Freitag alle öffentlichen Verkehrsmittel im Bundesland Salzburg kostenlos genutzt werden.

Im Rahmen dieser Aktion wurde auch das Salzkammergut beworben: Salzkammergut erleben / Freie Fahrt ins Salzkammergut. Es gab sowohl Einschaltungen im Print-Bereich, als auch verstärkte Werbung auf den Social Media Kanälen. Dort wurden unter anderem Tipps für öffentlich erreichbare Salzkammergut-Erlebnisse geteilt.



5.8 Salzkammergut Seen / Herbstkampagne 2022

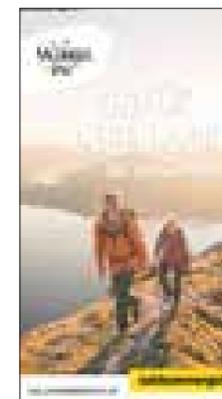
Die Tätigkeiten rund um das Geschäftsfeld „Salzkammergut Seen“ werden in Kooperation der STMG und den einzelnen Regionen und in Zusammenarbeit mit SalzburgerLand Tourimus durchgeführt. Ziel der Herbstkampagne 2022 „Dafür leben wir“ war es, die Menschen in ihrer aktuellen Situation abzuholen und sie mit gefühlvollen Botschaften zu einem Herbsturlaub im Salzburgerland und im Salzkammergut zu begeistern und so Nächtigungen zu generieren.



Krone Bunt
2/1 Seite Advertorial
Erscheinungstermin: 14.8.2022
Auflage: 1.062.000



Rolltreppe
Laufzeit: 2 Monate – 1.8. bis 30.9.2022
Zielmarkt: Wien
Kontakte: 145.000 pro Tag



Digital Out Of Home
Kampagnenlaufzeit: 15.8. bis 15.9.2022
Standort: Wien
Bruttokontakte: 1.477.544



Externer Stand-Alone-Newsletter
Versandtermin: 9.8.2022
Empfänger: 229.009
Öffnungen: 110.855

HLT
Laufzeit: 15.8. bis 11.9.2022
Impressionen: 133.437
Klicks: 165

Newsletter SLTG
5 Beiträge zum Salzkammergut im SLT Newsletter (Themen: Salzkammergut, Bad Ischl, Fuschlsee, Attersee-Attergau, Golf)

Videomarketing / Youtube
Laufzeit: 1.8. bis 15.9.2022
Themen: Salzkammergut Seen, Wolfgangsee, Fuschlsee

Display Adserver-Kampagne
Laufzeit: 15.8. bis 30.9.2022
In Deutschland und Österreich
Impressionen: 22.166.023
Klicks: 3.944

6 Salzkammergut SommerCard 2022

Die beliebte Salzkammergut SommerCard wurde auch im Jahr 2022 wieder produziert. Sie ist für Urlaubsgäste ab drei Übernachtungen in einer Region kostenlos – mit Ausnahme der Regionen Fuschlsee und Wolfgangsee. Die Card, die im Zeitraum von 1. Mai bis 31. Oktober genutzt werden kann, bietet bis zu 25 % Ermäßigung auf Eintrittspreise, Führungen etc. für über 120 Attraktionen, Sehenswürdigkeiten und Freizeitangebote im Salzkammergut. Für Dauercamper*innen, Zweitwohnbesitzer*innen und Einheimische sowie Übernachtungsgäste unter drei Übernachtungen kostet die Card 4,90 EUR.

Erhältlich ist sie bei allen Tourismusbüros und Info-Stellen sowie in ausgewählten Hotels und bei einigen Partnerbetrieben im Salzkammergut.

Broschüre Salzkammergut SommerCard

Inhalt: Darstellung aller Partnerbetriebe der Salzkammergut SommerCard auf jeweils 1/3 Seite

Format: 10,5 x 21 cm

Umfang: 62 Seiten

Auflage: Deutsch: 76.800 Stk.

Englisch: 26.050 Stk.

Tschechisch: 9.750 Stk.

Gesamt: 112.600 Stk.

Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen, Versand

Salzkammergut SommerCard

Auflage: 119.000 Stk.

Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen, Versand

Werbemaßnahmen

DIN-A1 und DIN-A3 Plakate sowie Aufkleber

Einen Überblick über alle Partnerbetriebe bietet die dazugehörige Broschüre, die eine Auflistung der einzelnen Betriebe samt Preisen, Öffnungszeiten und Kontaktdaten beinhaltet.

DIN-A1-, DIN-A3-Plakate sowie Aufkleber werben für die Salzkammergut SommerCard, die in den letzten Jahren die Ausgabezahlen stetig steigern bzw. die hohe Ausgabehalten konnte. (2015: 79.180 Stück/ 2016: 82.238/ 2017: 87.755 / 2018: 89.636 / 2019: 88.980 / 2020: 102.200 Stück / 2021: 94.800 Stück)



7 Salzkammergut WinterCard 2022/23

Das Pendant zur Salzkammergut SommerCard ist die ebenfalls sehr beliebte Salzkammergut WinterCard. Besitzer der Card genießen den Vorteil von bis zu 25 % Ermäßigung bei Eintritten in Museen oder Bäder, ins Salzbergwerk, bei Pferdeschlittenfahrten, Skiverleihen, Skischulen oder beim Shopping und verschiedenen weiteren Sport- und Freizeitaktivitäten.

Gäste bekommen die WinterCard kostenlos ab einer Aufenthaltsdauer von drei Nächten in einem Betrieb in einer der acht Regionen des Salzkammerguts. Sie kann

bei allen Info- und Tourismusbüros abgeholt werden. Unter drei Übernachtungen, bzw. für Dauercamper*innen, Zweitwohnbesitzer*innen und Einheimische kostet die Wintercard 4,90 EUR.

Die zugehörige WinterCard Broschüre listet detailliert alle teilnehmenden Betriebe auf.

Plakate in DIN-A1 und DIN-A3, sowie Aufkleber werben für die beliebte Salzkammergut WinterCard.

Broschüre Salzkammergut WinterCard

Inhalt: Darstellung aller Partnerbetriebe der Salzkammergut WinterCard auf jeweils 1/3 Seite, sowie Präsentation der Top Skigebiete auf jeweils einer Seite

Format: 10,5 x 21 cm

Umfang: 44 Seiten

Auflage: Deutsch: 21.000 Stk.

Englisch: 5.400 Stk.

Tschechisch: 2.700 Stk.

Gesamt: 29.100 Stk.

Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen, Versand

Salzkammergut WinterCard

Auflage: 22.400 Stk.

Verteiler: Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen, Versand

Da die WinterCard bei Drucklegung des Jahresberichtes noch gültig ist, können die genauen Absatzzahlen voraussichtlich erst Ende Juni genannt werden.

Werbemaßnahmen

DIN-A1 und DIN-A3 Plakate sowie Aufkleber



8 Weitere Werbemittel-Produktionen

8.1 Broschüre Attraktionen + Highlights

- Inhalt:** Auflistung zahlreicher Attraktionen im Salzkammergut mit Kontaktdaten und Öffnungszeiten
- Format:** DIN A4
- Umfang:** 19 Seiten
- Auflage:** gesamt 171.050 Stk.
in den Sprachen Deutsch, Englisch und Tschechisch
Italienisch und Französisch sind ausschließlich als Web-Version verfügbar
- Verteiler:** Beherbergungs- und Tourismusbetriebe, Tourismusverbände, Messen, Anfragen



9 E-Marketing 2022

Die Homepage salzkammergut.at dient seit jeher als wichtige Informationsquelle für alle, die sich für das Salzkammergut interessieren und Informationen rund um Ausflugs- oder Urlaubsplanung sammeln wollen und richtet sich an Gäste und Einheimische gleichermaßen.

Der Salzkammergut-Online-Auftritt steht, neben weiteren marketingorientierten Konzepten, im Fokus der Tätigkeitsbereiche der Mitarbeiter*innen der STMG.

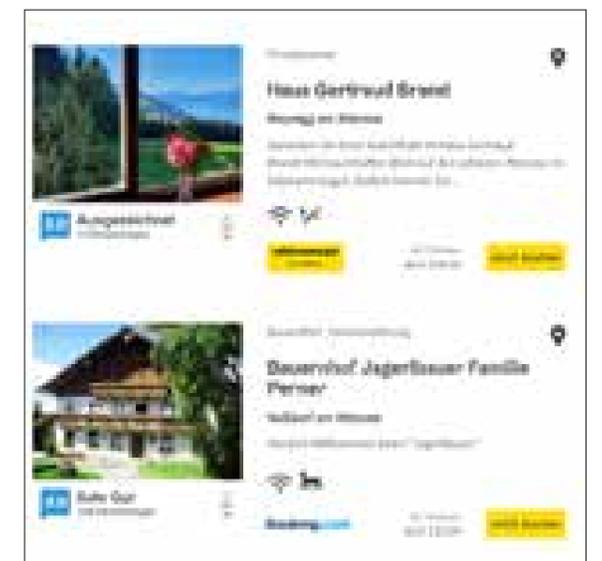
Die Statistik zeigt, dass im Jahr 2022 sowohl die Zahl der Nutzer, als auch die Zahl der Seitenaufrufe und Sitzungen gesteigert werden konnten. Auch die Absprungraten konnten im Vergleich zum Vorjahr noch einmal deutlich reduziert werden. Diese Zahlen zeigen einen erfreulichen Zuwachs. Für die Qualität der Homepage spricht außerdem, dass über 40 % der Nutzer nach Erstnutzung erneut zurückkehren, um sich über das Salzkammergut zu informieren.



Zahl der Sitzungen im Jahr 2022

9.1 Bewertungsplattform TrustYou

Als Bewertungs-Tool für Unterkünfte im Salzkammergut dient die Plattform TrustYou: Sie sammelt eine Vielzahl von Unterkunftsbewertungen und führt sie zusammen. Das Ergebnis wird den Gästen in Form von Punkten bei jeder teilnehmenden Unterkunft präsentiert. Dabei können nur Betriebe mit mindestens 10 Kundenbewertungen einen sogenannten TrustYouScore erhalten.



Beispiel Bewertungsplattform TrustYou

9.2 TOURDATA, Typo 3, Guide und Canto

Die Website salzkammergut.at und die Seiten der 8 Regionen werden stetig weiterentwickelt, verbessert und an die Kundenbedürfnisse angepasst. Ein integraler Bestandteil auf der Homepage ist dabei die Tourismus Datenbank TOURDATA. Dort werden zahlreiche relevante Inhalte gespeichert, wie zum Beispiel Unterkünfte, Gastronomiebetriebe, Touren oder Veranstaltungen. Diese werden den Regionsseiten und der Seite salzkammergut.at zugeordnet und so dem Gast vorgestellt.



Da rund 60 % der Nutzer mit ihrem Mobiltelefon unsere Webseiten öffnen, wird auch das Responsive Design stets erneuert und an die Bedürfnisse der Gäste angepasst. Dabei wird darauf geachtet, dass bei Beibehaltung der Designlinie das Webdesign userfreundlich ist und auf aktuelle Entwicklungen reagiert. Um den Anforderungen und steigenden Bedürfnissen der User gerecht zu werden, werden im Bereich TOURDATA kontinuierlich neue Updates und Screens von der TTTG eingepflegt, wie zum Beispiel Video-Tutorials für die User oder Auslastungsanzeigen (Bäder, Parkplätze).



Typo3

Auch bezüglich Typo3 werden ständig Neuerungen von der TTTG implementiert, um eine optimale Userexperience zu garantieren. Vor allem die diversen NCE (Nested content elements) tragen dazu bei, dem Gast eine moderne Nutzeroberfläche zu bieten.



Bilddatenbank Canto

Zur Verwaltung von Fotos dient die Bilddatenbank Canto. Sowohl die STMG, als auch alle in Oberösterreich liegenden Regionen des Salzkammerguts arbeiten mit der Datenbank. Dort werden Fotos hochgeladen und können im weiteren Schritt von allen Usern für Marketingzwecke heruntergeladen und verwendet werden.



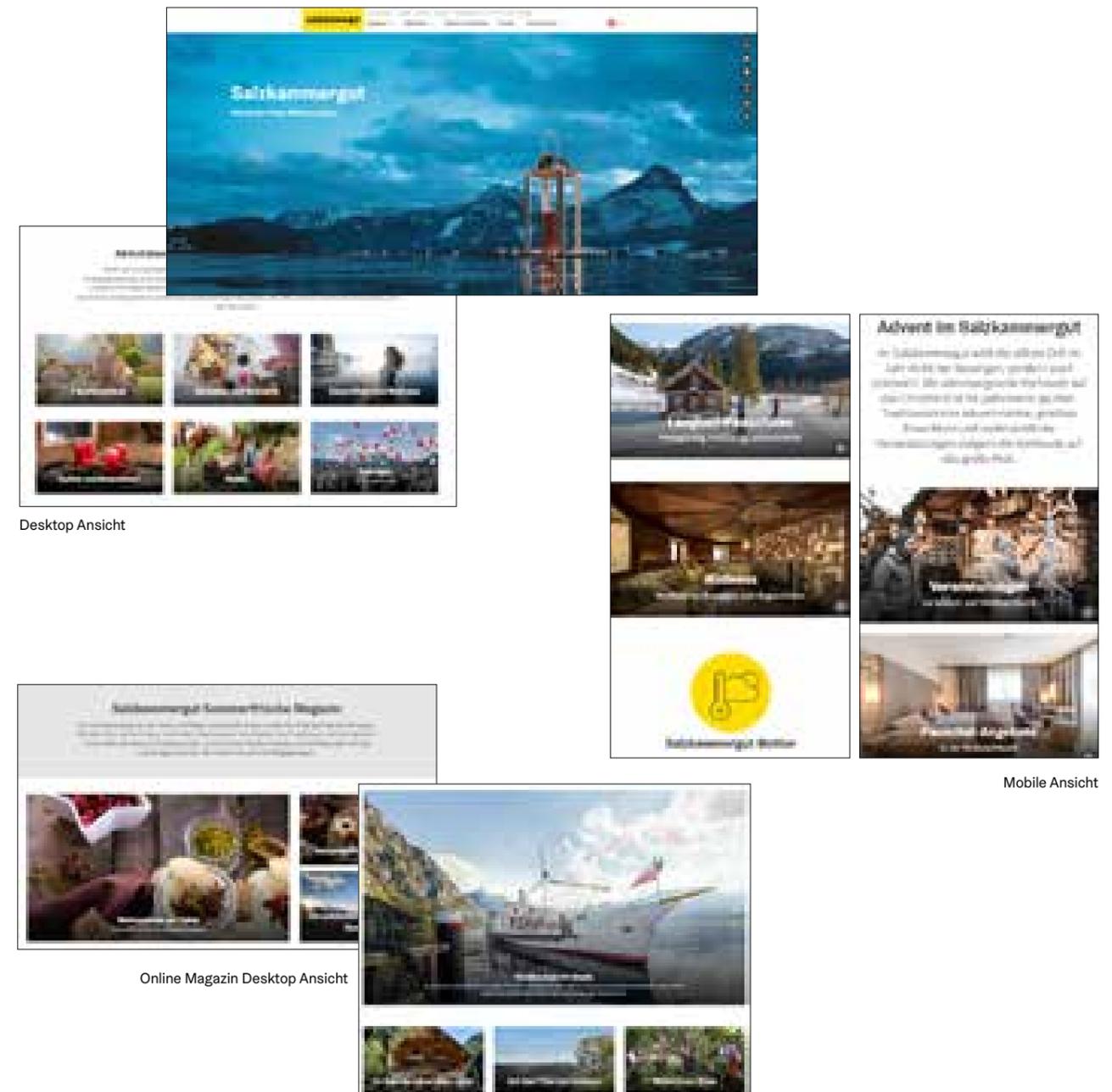
guide.salzkammergut.at

Neu ist die Seite guide.salzkammergut.at – hier findet der User Tipps und Sehenswertes in seiner Nähe. Nach der Eingabe von Standort, Datum und Kategorie werden Betriebe, POIs oder Veranstaltungen angezeigt.

9.3 Homepage

Beim Aufbau der Homepage salzkammergut.at werden sowohl die Desktop- als auch die Mobil- und Tablet-Ansicht berücksichtigt. Die meisten Nutzer greifen mittlerweile bevorzugt auf die Mobilversion der Seite zu. Die Darstellung aller Inhalte muss deshalb auf das mobile Design abgestimmt werden.

Unsere Homepage salzkammergut.at soll allen Urlaubern und potentiellen Gästen, aber auch allen Einheimischen als Orientierungshilfe dienen. Sie bietet aktuelle, standortbasierte und kontextbezogene Informationen, wie zum Beispiel Ausflugstipps, Aktivitäten, Touren, Veranstaltungen und Infrastruktur (alle touristischen Betriebe, Ärzte, usw.). Man findet viele praktische Tipps und alle Infos zu den Regionen.



9.4 Social Media

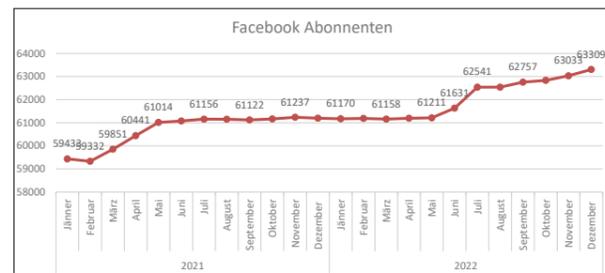
Die Sozialen Medien gewinnen immer weiter an Bedeutung. Mit der Bespielung der beiden Kanäle Instagram und Facebook hat es sich das Salzkammergut im Social Media Bereich zum Ziel gesetzt, Gäste und Interessenten zu zielgruppenrelevanten Themen anzusprechen und die Interaktion mit den Followern zu steigern.

Durch „User Generated Content“ sollen die Follower der beiden Kanäle über Highlights und Events informiert und mit schönen Fotos der Regionen inspiriert werden.

Die Followerzahlen und Reichweiten konnten in diesem Jahr deutlich gesteigert werden:

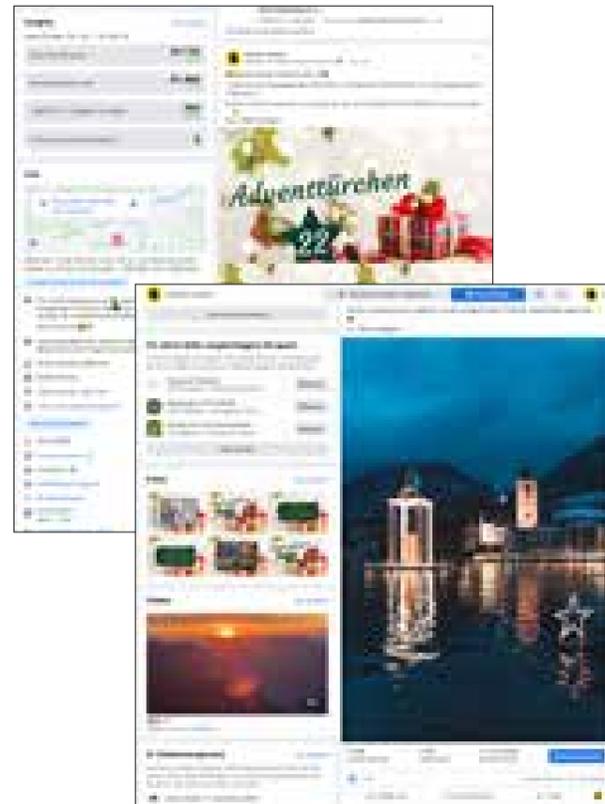
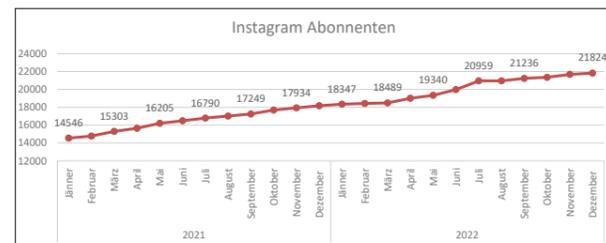
Facebook

hat mit Stand Ende Dezember 2022 63.309 Follower (Vergleichswert 61.197 Ende 2021).



Instagram

weist zum Jahresende 21.824 Follower auf (im Vergleich zu 18.171 Ende 2021).



Ansicht Facebook-Seite Salzkammergut.at



Ansicht Instagram-Seite



9.4.1 Salzkammergut Online Adventkalender

Auch im Jahr 2022 wurde mit dem Salzkammergut Online Adventkalender wieder eine Adventaktion gestartet. Jeden Tag gab es Preise der Partnerbetriebe im Wert von ca. 100 Euro zu gewinnen. Diese Gewinne wurden an jeweils einen registrierten Teilnehmer verlost.

Die Türchen des Adventkalenders wurden insgesamt 72.101 mal geöffnet und über Facebook und Instagram wurden mit der Aktion 431.580 Personen erreicht.

Der Hauptpreis in diesem Jahr war ein Wohlfühl- und Aktivurlaub für 3 Nächte und 4 Personen in einem Chalet mit Sauna in der AlpenParks Hagan Lodge am Loser. Insgesamt 1.891 Personen nahmen an der Verlosung um den Hauptgewinn teil.

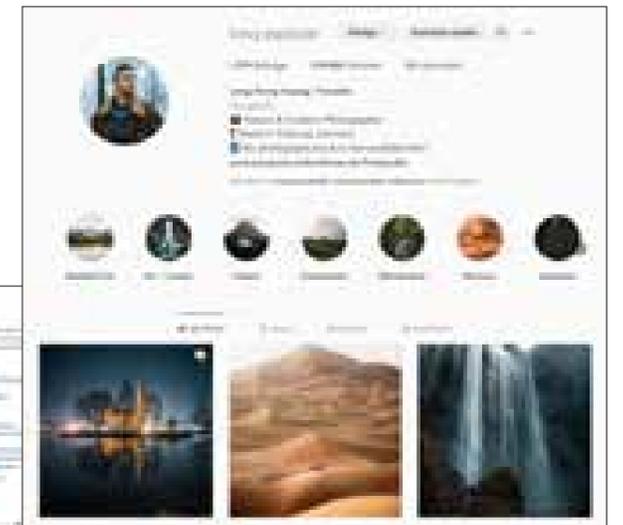


Ansicht Homepage Adventkalender

Beispiel Gewinnspiel Adventkalender

9.4.2 Blogger-Reisen

2022 gab es eine Kooperation mit dem Blogger Long-Nong Huang von @long.explorer. Im Zeitraum 5.6.2022 bis 10.6.2022 wurde eine Bloggerreise organisiert, die Programmpunkte umfassten unter anderem eine Fahrt auf den Schafberg, einen Besuch der Höhlen am Krippenstein, eine Zillenfahrt am Grundlsee und Besuche von Hotspots im Mondseeland und am Almsee.



9.5 E-Marketing-Kampagnen

9.5.1 Salzkammergut Online-Magazin



Das Online-Magazin auf salzkammergut.at bietet Besuchern allerlei Geschichten und Wissenswertes aus dem Salzkammergut. Je nach Jahreszeit werden Inhalte eingespielt, die gleichzeitig unterhalten und informieren sollen. Gemeinsam mit den acht Regionen des Salzkammerguts werden Inhalte erstellt und für die Homepage aufbereitet. Auch Artikel von Servus Salzkammergut finden hier Platz. Das Magazin erscheint in deutscher und englischer Sprache.

Der Aufbau der Magazin-Seite wurde im letzten Quartal des Jahres neu gestaltet und soll im kommenden Jahr in gleicher Weise weitergeführt werden.

9.5.2 Kooperation mit 1000Things

Die 1000things Wanderei im Salzkammergut fand vom 23.5.-28.5.2022 statt. Die Kooperation umfasste diverse Instagram Postings (Album, Story, Story Quiz) und Blog-Artikel auf 1000things.at, außerdem Anzeigen zum BergeSeen Trail und BergeSeen eTrail.

Reichweite / Views der IG Stories: 9.075 Ø
 Impressions der IG Alben: 43.530

Redaktionelle Begleitung auf der Wanderei Website mit 14.100 Views innerhalb der Wanderwoche.

Begleitend fand ein Gewinnspiel statt:

Gewinne 2 Nächtigungen für 2 Personen im Seehotel Das Traunsee****, Veröffentlichungsdatum: 23.05.2022



9.5.3 Kampagne Cube Ads



Gemeinsam mit dem Axel Springer Verlag wurde die Kampagne Cube Ads gestartet. Laufzeit war vom 9. bis 23. Mai 2022.

Das Salzkammergut wurde über HalfpageAds & Mobile Medium Rectangles auf den diversen Online-Auftritten der Magazine des Axel Springer Verlags präsentiert, wie z.B. auf bild.de.

Ad Impressions: 21.819
 Klicks: 2.435

9.6 Google Ads Kampagne / Markenbewerbung

Im Jahr 2022 wurden mit der Google Ads Kampagne weitere Online Marketing Maßnahmen gesetzt.

Beworben wurde dabei das Salzkammergut als Marke und zusätzlich der BergeSeen Trail und der BergeSeen eTrail. Durch diese Maßnahmen konnten 125.000 Zielaktionen auf der Website generiert werden.

Ausgelesen in Google Analytics konnte eine Steigerung von fast 25 % bei den Seitenaufrufen (3,1 Mio.) im Jahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr erzielt werden. Es gab sogar eine Steigerung zum bisherigen Rekordjahr 2018. Dieser neue Rekordwert an Seitenaufrufen ist auch auf die Online Marketing Maßnahmen zurückzuführen.

Markenbewerbung Salzkammergut:

Budget: € 15.600,-
 Laufzeit: Jahr 2022
 Werbemittel: Search, Display & Discovery

Es konnten 3.856.942 Impressions erzielt werden, daraus resultierten 159.506 Interaktionen.

10 Presse und Öffentlichkeitsarbeit

10.1 ATB Post Tour 2022

Immer im Mai finden in Wien der Österreichische Tourismustag (ÖTT) und die Tourismusfachmesse Austrian Travel Business (ATB) statt.

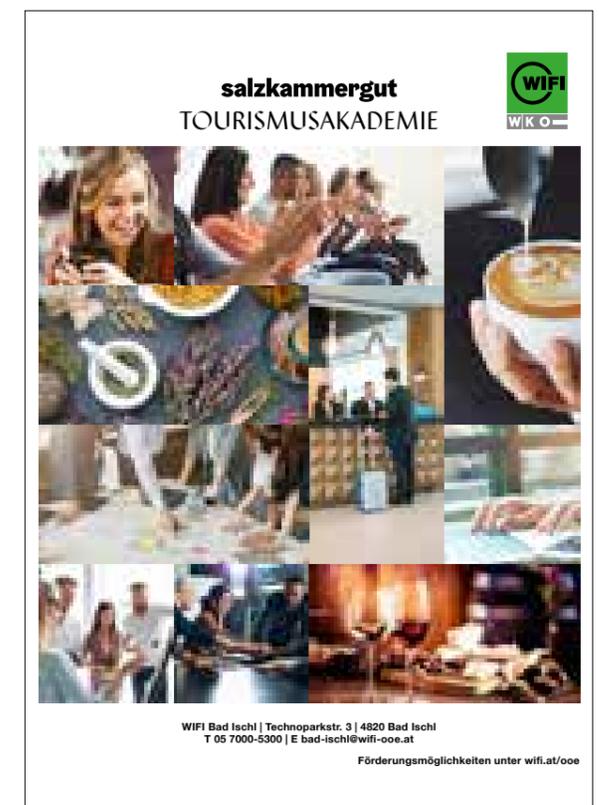
Vom 18. bis 20. Mai 2022 wurde im Salzkammergut die Pressereise ATB Post Tour veranstaltet. Das Programm beinhaltete 2 Übernachtungen im Hotel Goiserer Mühle, eine eBike-Tour in der Region Dachstein Salzkammergut und eine Fahrt in die Traunsee – Almtal Region mit der Grünberg-Seilbahn, dem Baumwipfelpfad und einem Besuch bei der Gmundner Keramik.



11 Salzkammergut Akademie und Qualitätsmanagement

Salzkammergut Akademie Kursprogramm 2022/23

Das Kursprogramm 2022/23 (20. Auflage) beinhaltet etliche Kurse, die für Mitarbeiter und Führungskräfte in der Tourismusbranche von großem Interesse sein könnten und wurde an 2500 touristische Betriebe im Salzkammergut ausgeschildert. Es handelt sich hierbei um eine enge Kooperation der STMG mit der WKO und dem WIFI Oberösterreich. Das Kursprogramm läuft noch bis zum Herbst 2023 und wird in den verschiedenen Schulungszentren in Linz, Bad Ischl und Gmunden abgehalten.



12 Beispiele von diversen Einschaltungen



Bergwelten, Jänner 2022



Reiselust, Mai 2022

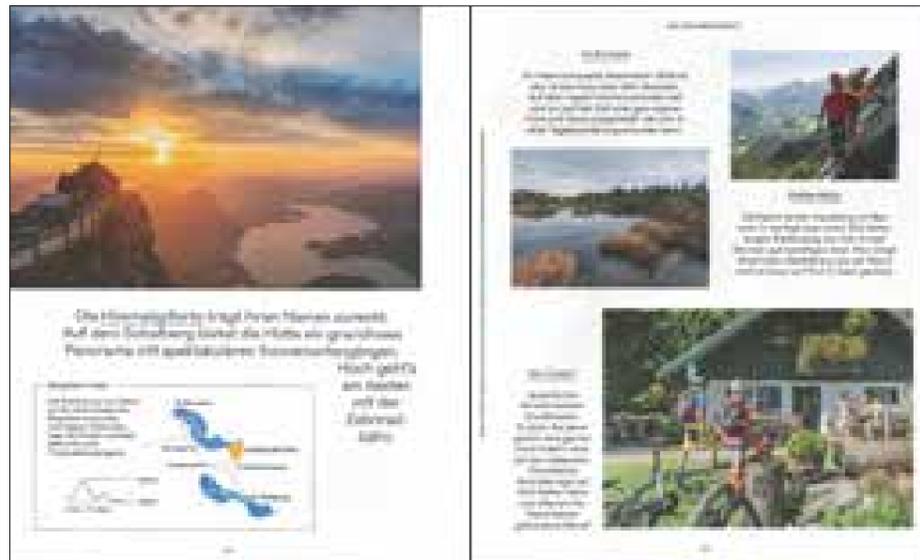


Lisa, Dezember 2022





Die Zeit Reiseträume, Ausgabe 01/2022, Erscheinung: April 2022, Auflage: 300.000 Stk.,



Impressum:

Herausgeber: Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH, A-4820 Bad Ischl; Grafik und Satz: vordenker.at, Druck: print24.com, D-01445 Radebeul; Fotos: Katrin Kerschbaumer, Wolfgang Stadler; Irrtümer, Satz- und Druckfehler vorbehalten.

salzkammergut



salzkammergut.at

  [visitsalzkammergut](#)

